

## **Raça, Peso e Beleza: uma análise sobre o *body shaming*<sup>1</sup>**

Giselly Horta<sup>2</sup>

Vírnia Martins<sup>3</sup>

Universidade Federal Fluminense, RJ

### **RESUMO**

Esse artigo tem o objetivo de compreender o *body shaming* e debater sobre as diferenças desse comportamento no campo da comunicação, entre corpos considerados padrões e não padrões. Para tanto, é realizada uma contextualização do corpo e beleza e um levantamento sobre o que é o *body shaming*. Ao final é feita uma análise dos comentários nos perfis do Instagram da atriz Paola Oliveira e da cantora Jordana Gleyse (Jojo Toddynho) em que conclui-se que há um silenciamento diante dos casos de *body shaming* com corpos negros e gordos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Body shaming; Interseccionalidade; Raça; Beleza.

### **Introdução**

Traduzido livremente do inglês, o termo *body shaming*, significa “envergonhar o corpo”, e diz respeito a um tipo de agressão gerada a partir de críticas e humilhações acerca do corpo ou da aparência física de uma pessoa, com comentários que podem ser feitos de forma presencial ou online. Segundo Roodt (2015), esse tipo de agressão pode afetar fortemente na autopercepção dos corpos e conseqüentemente prejudicar a autoestima de muitos sujeitos. As vítimas também podem desenvolver preocupações excessivas com o corpo, ansiedade, isolamento social, distúrbios alimentares e depressão. Recentemente, os casos de *body shaming* com mulheres famosas têm sido bastante noticiados. Atrizes, cantoras e influenciadoras, estão tendo seus corpos criticados por não atenderem às expectativas de um certo padrão.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidades, , XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação PPGCOM/UFF-RJ, email: [gisellyhorta@gmail.com](mailto:gisellyhorta@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação PPGCOM/UFF-RJ, email: [virniamartinsmp@gmail.com](mailto:virniamartinsmp@gmail.com)

Ao escrever o termo “*Body Shaming*” em um buscador de pesquisa são inúmeros exemplos de pessoas que sofreram com essa agressão, mas o que chama atenção é o recorte específico, são todas mulheres brancas, jovens e magras, e os comentários encontrados são: “Magras demais” “flácidas demais” “com estrias demais”. Em um artigo<sup>4</sup> há uma chamada: “Body shaming: Rafa Kalimann e mais 35 famosas que tiveram suas aparências criticadas”. A reportagem traz o nome de mais 35 famosas que passaram por situações parecidas, como: Bruna Marquezine, Selena Gomez e Camila Cabello. Das 36 mulheres da matéria, apenas 8 não são brancas: Rihanna, Tyra Banks, Gaby Amarantos, Gabourey Sidibe, Preta Gil, Simone Biles, Beyoncé e Lizzo. E dessas 8, apenas 4 são gordas. Não há citações de famosas Pcds ou idosas. A partir dessa matéria, podemos refletir sobre a interseccionalidade e o *body shaming*.

O comportamento de envergonhar as mulheres e seus corpos é algo que persiste socialmente no decorrer da história, mas como são tratados os diferentes corpos femininos? Se o corpo é campo de comunicação, e a crítica ao *body shaming* se dá devido a agressões a corpos que não estão nesse padrão eurocêntrico, por que alguns casos repercutem mais na mídia e outros não? Quais são os corpos considerados vítimas do *body shaming*, e quais corpos não são considerados? Eles são noticiados da mesma forma na internet?

A fim de responder esses questionamentos, analisamos os casos de *body shaming* de 2 celebridades no Brasil: a atriz Paolla Oliveira, e a cantora e influenciadora Jordana Gleise, mais conhecida como Jojo Toddynho. Todas foram vítimas de *body shaming*, mas tiveram seus casos tratados e repercutidos de diferentes formas. Para tanto, é importante destacar que enquanto a primeira é considerada uma mulher que atinge um padrão estético, por ser branca, relativamente jovem e magra, a Jojo Toddynho é uma mulher negra e gorda.

## Metodologia

Com o objetivo de compreender o *body shaming* e debater sobre as diferenças desse comportamento no campo da comunicação, entre corpos considerados padrões e não padrões, buscamos analisar dois casos de *body shaming* de celebridades com diferentes atravessamentos identitários. Dessa forma, foi necessário construir o olhar de análise a partir de uma perspectiva interseccional, conceito que surge para “especificar as formas distintas

---

<sup>4</sup> Disponível em:  
<https://www.purebreak.com.br/noticias/body-shaming-35-famosas-vitimas-de-ataques-aos-seus-corpos/106215> Acesso em: 07/03/2024

de opressão experimentadas por aqueles que intersectam identidades” (CARBADO, 2013, p. 813).

O enfoque interseccional surge como resposta à o foco único, conforme identificado por Crenshaw (2002), que se limita a analisar apenas uma das estruturas sem explorar as demais facetas de opressão. Assim, a interseccionalidade proporciona uma perspectiva mais ampla e complexa das situações, evitando simplificações, uma vez que reconhece que cada uma das vias identitárias não deve ser tratada de maneira isolada (Akotirene, 2019). Isso, visibiliza o entendimento de demandas de sujeitos que possuem mais avenidas identitárias (Carrera et al, 2022). Portanto, buscamos contextualizar e fundamentar cada atravessamento das mulheres analisadas a fim de entender como esses atravessamentos diferem ao passar por uma mesma situação. Portanto, para o desenvolvimento dessa investigação, mapeamos as notícias com a palavra “*body shaming*” relacionadas a essas 2 mulheres, e selecionamos posts em seus perfis do Instagram que foram publicados nas datas em que os casos foram noticiados.

### **Fundamentação teórica**

A globalização permitiu que o referencial de belo eurocêntrico fosse transmitido e se tornasse uma norma estética. Podemos atrelar ainda esse movimento em conjunto com o capitalismo e a ideia do corpo e da beleza enquanto mercadoria, incentivadas pelos mais diversos produtos de beleza ofertados pela indústria e pelo despertar dos meios de comunicação, anteriormente revistas e publicidades, e com o passar do tempo, com o advento da televisão e internet.

Pensar na existência de um padrão de beleza nos leva a observar o campo através da perspectiva foucaultiana dos mecanismos de poder que promovem a padronização. Os corpos sociais se veem nesse lugar de se adequar às normas presentes constituídas por esse poder. O poder para Foucault é vinculado ao saber, ou seja, o conhecimento se torna instrumento de autoridade e legitimação, e assim se afirma nas mais diversas instituições e relações (Foucault, 1999).

O *biopoder* funciona como mecanismo para manter um padrão institucionalizado como o ideal, e nesse caminho podemos ver o corpo magro, como exemplo, sendo apresentado como a única possibilidade de ideal de saúde, assim, quem não se adequa a essa realidade de poder é excluído socialmente e não aceito. Dessa forma vemos um aspecto

científico como narrativa, ou seja, a saúde, que é uma preocupação real das pessoas, usada como forma de estipular o que seria o ideal de corpo.

Tais corporalidades e suas narrativas mobilizadas pelos meios de comunicação fomentam as relações de soberania na sociedade de consumo que cada vez mais constrói formas de segregação através desses padrões de beleza. Michelle Perrot (2005), apresenta a centralidade desses corpos para que essa relação de poder seja exercida, e aponta que são os corpos das mulheres que estão no centro dessa relação, “de maneira imediata e específica” (p.447). Por estarem na linha de frente das pressões estéticas, é possível dizer que a imagem da mulher na cultura confunde-se bastante com a noção de beleza, ao ponto que na sociedade, para ser considerada uma mulher completa, esta, deve ser necessariamente bonita (Novaes, 2013, p. 85). Dessa forma, o corpo da mulher é visto como uma vitrine, e é compreendido como o foco da construção da identidade. “Tudo o que sou é o meu corpo (...)” (Novaes, 2011, p.489). Assim, as questões relacionadas à aparência feminina apresentariam uma relação direta com as conquistas subjetivas (Novaes, 2013), como beleza atrelada ao sucesso pessoal e até mesmo profissional. Nesse contexto, a aparência “bela” pode ajudar a construir a noção de sucesso e prestígio, enquanto aquela aparência considerada “feia” ou imperfeita, pode ser relacionada ao fracasso. Nesse cenário, não alcançar a beleza e o sucesso significa estar feio e fracassado. Não alcançar esse sucesso pode gerar o sentimento de vergonha. Quando esse ideal não é mostrado, os comentários podem ser bastante negativos, podendo até levar o indivíduo a ter vergonha de seu corpo. É nesse contexto que ocorre o *body shaming*.

O *body shaming* foi usado pela primeira vez por um jornalista Philip Ellis (Farrell, 2011), e em geral é praticado com o objetivo de fazer a vítima sentir vergonha do próprio corpo. De acordo com Židova, Turzák e Kurincová (2021), o *body shaming* pode ser dividido em categorias de assunto, como: por peso, com comentários negativos sobre o excesso de gordura ou a magreza; idade, com comentários etaristas e depreciativos sobre as marcas corporais do avanço dos anos; cabelo, com cobranças por estar de uma determinada forma; vestuário, sobre o caimento de uma roupa em um determinado corpo; e atratividade que combina os comentários sobre a vestimenta e os atributos físicos da vítima para serem tratados de forma negativa. Essa seara, nos mostra que qualquer característica corporal, pode ser o foco do *body shaming*.

E a partir da contextualização sobre beleza e padrão estético feminino, podemos entender como funciona o *body shaming* e a partir disso, analisar essa prática e sua repercussão nas mídias digitais com duas mulheres de corpos diferentes.

### **Principais resultados**

Nesse contexto em que os ideais de beleza ainda estão bastante fortalecidos na sociedade, o *body shaming* é uma consequência. Baseado em uma análise exploratória desses casos, a lente interseccional nos possibilitou perceber as diferenças no noticiamento e nos comentários dos casos *body shaming* de corpos considerados padrões e não padrões, e como o *body shaming* é comunicado de formas distintas em diferentes corpos. Isso acontece tanto nos comentários em redes sociais, quanto nas notícias midiáticas.

É possível perceber que quando o *body shaming* afeta mulheres que se encaixam em um determinado padrão de beleza, como corpo sarado e jovem, o caso é noticiado nos portais de internet, e os comentários das redes sociais, são em sua maioria criticando o comportamento do *body shaming* ou exaltando a beleza da vítima. Enquanto que para os corpos que são considerados fora do padrão, como o corpo gordo, o caso não é tratado como *body shaming*, apenas como gordofobia. Além disso, os comentários nas redes sociais, são divididos entre pessoas que exaltam a beleza da vítima e comentários negativos, que buscam marginalizar, mais ainda, esse corpo.

O *body shaming* ainda é entendido como uma violência em que a vítima, só é considerada vítima, se houver espaço para refutar essa violência. No sentido que, os corpos entendidos como fora do padrão, ocupam um lugar marginalizado, em que a sociedade já espera que seja o lugar da crítica, do julgamento e da zombaria. Dessa forma, não é dado ao corpo gordo, nem a tantos outros corpos marginalizados, a atenção e o apoio necessários, pois esses corpos já são vistos pela sociedade como corpos passíveis de sentir vergonha.

E assim, lhes é atribuída uma neutralidade, ao ponto de se tornarem quase que invisíveis diante das notícias de *body shaming*. Afinal, o fato de um corpo considerado padrão sofrer críticas, mexe mais com os valores da sociedade, do que um corpo fora do padrão quando ocupa esse lugar.

### **REFERÊNCIAS**

AIRES, Aliana Barbosa. **De gorda à plus size: a moda do tamanho grande**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2019.

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. 1. ed. [S. l.]: Pólen, 2019. 152 p.

CARBADO, D W.. **Colorblind intersectionality**. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, Chicago, v. 38, n. 4, p. 811-845, 2013. Acesso em: 25 jul. 2023.

CARRERA, Fernanda; MORENO, P. ; VIEIRA, E.; SOUSA, L. . **Interseccionalidade e plataformas digitais: dimensões teórico-metodológicas de pesquisas em Comunicação**. *Revista Fronteiras (ONLINE)*, v. 24, p. 14-21, 2022.

CRENSHAW, Kimberlé. **Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero**. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 171-188, 2002.

FARRELL, A. E. **Fat shame: Stigma and the fat body in American culture**. New York University Press. 2011.

FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade**: Curso dado no Collège de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GOMES, N. L. **Corpo e Cabelo como Ícones de Construção da Beleza e da Identidade Negra nos Salões étnicos de Belo Horizonte**. Tese de Doutorado, Departamento de Antropologia Social da Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, 2002.

GONZALES, Lélia. **Racismo e sexismo na cultura brasileira**. *Revista Ciências Sociais Hoje*, p. 223-244, 1984

NOVAES, J. V. **O intolerável peso da feiúra. Sobre as mulheres e seus corpos**. Rio de Janeiro: PUC/Garamond, 2013.

ROODT, K.. **(Re)constructing body shaming: Popular media representations of female identities as discursive identity construction**. 2015. Disponível em: <https://scholar.sun.ac.za/server/api/core/bitstreams/fff533d5-a337-4dc0-8d2c-19fa9dc50f5b/content>



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Univali – 5 a 6/9/2024